

# 2018年中国钢铁市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国钢铁市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/324753324753.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

今年四季度以及供暖季限产期间，呈现出“供需双弱”的市场环境。预期供暖季限产期间，供给降幅为8%，需求降幅为3%，铁矿石和焦炭的价格都出现疲软，钢价及利润相对有保障。

### 1、近期钢铁行业供给需求的状况判断。

今年四季度以及供暖季限产期间，呈现出“供需双弱”的市场环境。预期供暖季限产期间，供给降幅为8%，需求降幅为3%，铁矿石和焦炭的价格都出现疲软，钢价及利润相对有保障。

今年钢铁行业利润非常好，改善明显，根本原因是中频炉去除的力度比较大，去产能总体成果明显，供给端有效收缩。下游的消费增长贡献并不明显。消费增长相比于去年大概在1%左右。房地产明显超出预期，原本预期今年房地产会下滑，但是从新开工面积的数据可以看出来已经明显超预期，但是增量很小。这一点也可以从水泥的产量的到验证，截至今年9月，水泥的累计增长同比率仍然为负。

需求和供给之间的相对变化主要体现出口和库存在两个方面：

1) 出口端的大幅减小。截至今年九月，出口的累计减少达到了2500万吨，达到了30%。预计全年累计减少量高达3000万吨。

2) 库存的变化。虽然目前的主要产品库存相较于去年同期略高，但是今年截至目前的表现来看，还是比去年要好，去年1-9月分库存增长了100多万吨，今年还没有怎么增长。

结合库存端和出口端的表现，目前大概有2000多万吨的差值，根本原因还是供给的减少。虽然统计数据显示今年1-9月份有5%的同比增长，但我们认为实际上是有1500万吨的减量。主要体现在中频炉，过去认为中频炉全年7500万吨，但实际数额应该更大。

目前高炉复产、高炉利润率持续增长，废钢的使用率也大幅增加，电炉也相对增加，但是增长总体还是低于中频炉减少的量。即使没有2+26限产的话，供应还是收缩了的，“2+26”则造成了更大的影响。由于供给端的减少，利润持续大幅增长，今年4季度利润也很难会有明显收缩。

### 2、供给端的收缩测算

2+26的地区内，有108家钢厂、300多座高炉。如果按照国家政策的要求，高炉开工率减少至50%，相对于目前80%左右的高炉开工率，就会有一个30%的减量。这一百多座高炉日均有100万吨的铁水产能，也就是80万吨的铁水产量，限产会减少30万吨的日均铁水产量。

在限产之外的增量由两部分，第一部分是限产区域的产能利用率高于去年同期。第二部分是铁水到粗钢过程中掺废钢的比率有所提高。去年废钢的比例6-7%，今年平均12-13%，局部甚至有20-30%。但平均来看提升6%，这将改变粗钢供应格局。另外中频炉已经完全取缔，电炉中掺杂铁水比例减少，综合考量后，粗钢每天减少20万吨，降幅为8%。因此

未来供应面会有明显的减少。

消费角度，需求也会随着环保要求减少，主要集中于建筑领域。比如某些城市不可以打土方或者直接停工。然而地基是钢材使用最多的部分。预计26+2环保期内下游将会有3%需求的减量。因此未来供需状况可能会失衡，表现为供给减少的幅度更大。

我国钢材出口的依赖程度较高，2015年高峰期的时候出口一年约1.2-1.3亿。去年8月国内价格高走后钢材出口减少，今年预计减量仍会持续。2016年每月有700-800万吨钢材出口，目前降至500多万吨/月。后边每月还会减少100-200万吨。

考虑到出口因素，后面我们预计社会库存不会有太大的变化，去年同期的时候五个品种的钢材库存增加了800万吨，螺纹钢就增了600万吨，今年可能波动不大，主要是出口作为国内钢铁的一个缓冲区域因为价格增加有所减少。所以我们预计今年冬季钢材库存与价格不会有较大波动。此外，限产对钢铁原料的打击也很大，铁矿石和焦炭的价格都出现疲软，钢价单边上行的可能也不大。

比较担心的是冬季限产过后，本来3月是国内钢材消费传统旺季，但是由于土方作业供暖季被限制，因此恢复生产后首先开始土方作业，钢材消费预计会在土方作业结束之后因此预计会滞后一个多月，这期间库存可能会不降反升，造成钢材价格略有下调，利润可能会从1000元/吨以上调至800-900元/吨，但绝不会再出现钢企亏损的状况。

### 3、需求端的收缩测算

供暖季消费的减少大概在3%。季节性影响是一贯的，并且季节性比较强的东北、华北、西北三北地区占房地产比例逐渐下降，并且开始负增长，所以不需要重点考量。因此我们的测算更多的是衡量同比的影响。具体算法从建筑领域出发，关注28个城市房地产新开工面积、投资等占全国的比重。28个重点城市城市所在的6个省市房地产占比约为25%，这25%的房地产有一半集中在“2+26”个重点城市，因此又一个50%的对折。另外建筑限产主要集中于土方作业，钢材消费表现在土方作业的下一步，因此4个月内的土方作业存在错位，11月15日土方作业限产开始，但刚才消费部分仍有延续，因此影响可能延迟1-2月体现。结合区域和时差上的双重对折，25%变为7%。房地产用钢比重约为37%，所以会导致同比3%的钢材消费下降。

2+26”限产政策下房地产消费会受限，基建消费比较稳定。基建项目并不是在限产的“2+26”城市核心区域里，像高铁、公路等等，核心区域里就是地铁，因此基建部分消费减少压力不大。一些做基建的企业，预算都是按去年的价格做的，到今年资金就很紧张了。由于资金压力，工程还是在做，投资增速是在放缓，但是限产政策不会对钢铁带来多大的减量，水泥和混凝土这一块减产量大一些。散装水泥很难买到，会有一定影响。基建占钢材消费10%以上，占比不大，同时跟房地产相比减量幅度较小。因此基建方面供应的减量会大于需求的减量，表现为库存增长的速度变缓，而不会是货源紧张。

今年冬季板材的需求也不会太强。因为汽车很难达到去年的高点，税收政策和预期把去年的汽车方面需求拉的很高，今年税收政策的影响也在减弱。乘用车里面除了SUV，商用

车里面比如卡车、商用车、客车等，基本都过了高峰。所以这汽车对板材消费没有带来太大的增量，只能说有一点增长或者维持当前的水平。供应和需求的减幅有一定的劈叉。

#### 4、供暖季钢铁价格和利润预测

目前库存没有太大的增长，现货也没有压力，市场大幅跌价不可能现实。现在累积一些库存不足为奇，能满足消费需求，将来供暖季限产减量大了就看不到库存的明显累积，市场也不会因为短期库存把企业的利润快速回吐。限产对整个原料端是不利的。铁矿库存到年底会从一亿三四左右累积到一亿五，铁矿石处于相对弱势的水平。焦炭限产水平与钢铁比差一些，也很难有大幅的下跌了，已经吐了很多利润。钢厂利润能从原料上得到一定修补。另外现货销售方面，目前压力也不大，不会大幅跌价去出货，利润还是有保障的，但是价格很难再持续突破新高了。

观研天下发布的《2018年中国钢铁市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、钢铁T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

### 【报告大纲】

#### 第一章 2015-2017年中国钢铁行业发展概述

##### 第一节 钢铁行业发展情况概述

##### 一、钢铁行业相关定义

## 二、钢铁行业基本情况介绍

## 三、钢铁行业发展特点分析

### 第二节 中国钢铁行业上下游产业链分析

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、钢铁行业产业链条分析

#### 三、中国钢铁行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

### 第三节 中国钢铁行业生命周期分析

#### 一、钢铁行业生命周期理论概述

#### 二、钢铁行业所属的生命周期分析

### 第四节 钢铁行业经济指标分析

#### 一、钢铁行业的赢利性分析

#### 二、钢铁行业的经济周期分析

#### 三、钢铁行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国中钢铁行业进入壁垒分析

#### 一、钢铁行业资金壁垒分析

#### 二、钢铁行业技术壁垒分析

#### 三、钢铁行业人才壁垒分析

#### 四、钢铁行业品牌壁垒分析

#### 五、钢铁行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球钢铁行业市场发展现状分析

### 第一节 全球钢铁行业发展历程回顾

### 第二节 全球钢铁行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲钢铁行业地区市场分析

##### 一、亚洲钢铁行业市场现状分析

##### 二、亚洲钢铁行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲钢铁行业市场前景分析

#### 第四节 北美钢铁行业地区市场分析

##### 一、北美钢铁行业市场现状分析

##### 二、北美钢铁行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美钢铁行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟钢铁行业地区市场分析

##### 一、欧盟钢铁行业市场现状分析

## 二、欧盟钢铁行业市场规模与市场需求分析

## 三、欧盟钢铁行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界钢铁行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球钢铁行业市场规模预测

## 第三章 2015-2017年中国钢铁产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品零售总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国钢铁行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国钢铁产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、钢铁环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 2015-2017年中国钢铁行业运行情况

### 第一节 中国钢铁行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国钢铁行业市场规模分析

### 第三节 中国钢铁行业供应情况分析

### 第四节 中国钢铁行业需求情况分析

### 第五节 中国钢铁行业供需平衡分析

### 第六节 中国钢铁行业发展趋势分析

## 第五章 中国钢铁所属行业运行数据监测

### 第一节 中国钢铁所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国钢铁所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国钢铁所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2015-2017年中国钢铁市场格局分析

### 第一节 中国钢铁行业竞争现状分析

#### 一、中国钢铁行业竞争情况分析

#### 二、中国钢铁行业主要品牌分析

### 第二节 中国钢铁行业集中度分析

#### 一、中国钢铁行业市场集中度分析

#### 二、中国钢铁行业企业集中度分析

### 第三节 中国钢铁行业存在的问题

### 第四节 中国钢铁行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国钢铁行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

## 五、政府的作用

### 第七章 2015-2017年中国钢铁行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国钢铁行业消费特点

#### 第二节 中国钢铁行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第二节 钢铁行业成本分析

#### 第三节 钢铁行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第四节 中国钢铁行业价格现状分析

#### 第五节 中国钢铁行业平均价格走势预测

##### 一、中国钢铁行业价格影响因素

##### 二、中国钢铁行业平均价格走势预测

##### 三、中国钢铁行业平均价格增速预测

### 第八章 2015-2017年中国钢铁行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国钢铁行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地钢铁市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区钢铁市场规模分析

##### 四、华东地区钢铁市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区钢铁市场规模分析

##### 四、华中地区钢铁市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区钢铁市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国钢铁行业竞争情况

### 第一节 中国钢铁行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

### 第二节 中国钢铁行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

### 第三节 中国钢铁行业竞争环境分析（钢铁T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

## 第十章 钢铁行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

## 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国钢铁行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国钢铁行业未来发展前景分析

#### 一、钢铁行业国内投资环境分析

#### 二、中国钢铁行业市场机会分析

#### 三、中国钢铁行业投资增速预测

### 第二节 中国钢铁行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国钢铁行业市场发展预测

#### 一、中国钢铁行业市场规模预测

#### 二、中国钢铁行业市场规模增速预测

#### 三、中国钢铁行业产值规模预测

#### 四、中国钢铁行业产值增速预测

#### 五、中国钢铁行业供需情况预测

### 第四节 中国钢铁行业盈利走势预测

#### 一、中国钢铁行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国钢铁行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国钢铁行业投资风险与营销分析

### 第一节 钢铁行业投资风险分析

#### 一、钢铁行业政策风险分析

#### 二、钢铁行业技术风险分析

#### 三、钢铁行业竞争风险分析

#### 四、钢铁行业其他风险分析

### 第二节 钢铁行业企业经营发展分析及建议

#### 一、钢铁行业经营模式

#### 二、钢铁行业销售模式

#### 三、钢铁行业创新方向

### 第三节 钢铁行业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2018-2024年中国钢铁行业发展策略及投资建议

## 第一节 中国钢铁行业品牌战略分析

- 一、钢铁企业品牌的重要性
- 二、钢铁企业实施品牌战略的意义
- 三、钢铁企业品牌的现状分析
- 四、钢铁企业的品牌战略
- 五、钢铁品牌战略管理的策略

## 第二节 中国钢铁行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 第三节 中国钢铁行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国钢铁行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国钢铁行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国钢铁行业定价策略分析

### 第二节 中国钢铁行业营销渠道策略

- 一、钢铁行业渠道选择策略
- 二、钢铁行业营销策略

### 第三节 中国钢铁行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国钢铁行业重点投资区域分析
- 二、中国钢铁行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/gangtie/324753324753.html>